

На правах рукописи

ЛАНСКИХ Анна Владимировна

**Речевое поведение участников реалити-шоу:
коммуникативные стратегии и тактики**

10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург
2008

Работа выполнена на кафедре риторики и стилистики русского языка
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

Научный руководитель:	доктор филологических наук, профессор И.Н. Борисова
Официальные оппоненты:	доктор филологических наук, профессор Э.В. Чепкина кандидат филологических наук, доцент А.Б. Ряпосова
Ведущая организация:	ГОУ ВПО «Пермский государственный университет»

Защита состоится ____ октября 2008 года в ____ часов на заседании диссертационного совета Д 212.286.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Уральском государственном университете им А.М. Горького (620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51, комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

Автореферат разослан ____ сентября 2008 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

М.А. Литовская

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Современное лингвистическое знание характеризуется интересом исследователей к коммуникативной стороне языка, который рассматривается как «форма жизнедеятельности человека, способ выражения личности и организации межличностного общения в процессе совместной деятельности людей» (И.П. Сусов). Поиск ответа на вопрос о том, «как в языковых единицах отражается человек во всем многообразии своих проявлений» (Н.И. Формановская) определил смещение исследовательского фокуса с языковой системы на коммуникативные процессы. Одной из важных задач становится выявление закономерностей «речевых поступков индивидуумов в предлагаемых обстоятельствах, отражающих специфику языкового существования данного говорящего коллектива в данном общественном устройстве» (Т.Г. Винокур), осуществляемое в рамках коммуникативно-прагматического подхода (см.: Н.Д. Арутюнова, В.В. Богданов, И.Н. Борисова, А. Вежбицка, В.В. Дементьев, Е.М. Верещагин, Т.Г. Винокур, Т.А. ван Дейк, О.С. Иссерс, В.Г. Костомаров, М.Л. Макаров, М.Ю. Олешков, Дж. Остин, К.Ф. Седов, И.А. Стернин, И.П. Сусов, С.А. Сухих, Н.И. Формановская, У. Чейф и др.).

Данное диссертационное исследование соответствует обозначенной тенденции: оно посвящено коммуникативно-прагматическому описанию речевого поведения участников реалити-шоу.

Реалити-шоу – это новый для российского телевидения развлекательный жанр, основанный на круглосуточной видеосъемке будничной жизни участников программ, которыми чаще всего становятся молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Специфику ситуации реалити-шоу составляет практическая мотивация «выигрыш»; решающими при определении победителя являются голоса телезрителей. Необходимость ориентироваться на «аудиторию молчащих наблюдателей» объясняет повышенную стратегичность речевого поведения участников реалити-шоу: модели коммуникации, характерные для естественного общения, находят в поведении игроков предельно рельефное, обостренное воплощение. Возможность выявления специфики речевого поведения современников, прагматического осмысления его лингвистических параметров объясняет **актуальность** реферируемой работы.

Материалом исследования послужили расшифровки видеозаписей трех реалити-шоу: «За стеклом» (1 ноября – 1 декабря 2001 года, TV-6), «Большой Брат» (10 мая – 10 августа 2005 года), «Дом-2» (трансляция шоу началась 11 мая 2004 года в эфире ТНТ и продолжается до сих пор). Перечисленные программы были отобраны нами как наиболее заметные реалити-шоу на российском экране; кроме того, видеоряд указанных проектов выстроен таким образом, что на первом плане оказывается именно коммуникативное, а не акциональное поведение участников. В качестве основного источника речевого материала в диссертации используется реалити-шоу «За стеклом»: в данной передаче содержится большое

количество продолжительных диалогов – в отличие от проектов «Большой Брат» и «Дом-2», в которых преобладают обусловленные операторской «нарезкой» небольшие фрагменты речевого взаимодействия.

Видеозаписи реалити-шоу «За стеклом» (3,5 часа) были трансформированы нами в графический текст по методике записи устной разговорной речи, принятой на кафедре риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета и оформлены в виде приложения. Видеозаписи программ «Большой Брат» и «Дом-2» подверглись выборочной расшифровке. Объем проанализированного материала – свыше 20 часов видеозаписей – обеспечивает **достоверность** полученных выводов.

Речевое поведение участников реалити-шоу «За стеклом», «Большой Брат» и «Дом-2» является **объектом** настоящего исследования.

Предмет исследования составляют коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения участников реалити-шоу, представленного в двух основных разновидностях коммуникации – кооперативной и конфликтной.

Цель работы – коммуникативно-прагматическое описание речевого поведения участников реалити-шоу в кооперативных и конфликтных ситуациях общения – определила необходимость поэтапного решения следующих исследовательских **задач**:

1) на основе анализа российской и зарубежной лингвистической литературы сформулировать рабочие определения и уточнить соотношение базовых теоретических понятий исследования – коммуникативной стратегии, коммуникативной тактики, речевого хода;

2) выявить минимальную единицу анализа речевого поведения, соответствующую элементарному уровню речевого планирования;

3) разработать методику коммуникативно-прагматического анализа речевого поведения в терминах коммуникативных стратегии и тактики с опорой на минимальную единицу планирования речи;

4) используя предложенную исследовательскую методику анализа речевого поведения, выявить и описать коммуникативные стратегии и тактики, характерные для конфликтного и кооперативного речевого взаимодействия участников реалити-шоу.

Исследование речевого поведения игроков проектов «За стеклом», «Большой Брат» и «Дом-2» осуществлено в рамках комплексного коммуникативно-прагматического подхода, обусловившего применение совокупности **методов** и приемов анализа фактического материала. В работе использованы общенаучные методы наблюдения, обобщения, классификации, а также специальные методы лингвистического описания, стилистического и компонентного анализа.

Теоретическую базу диссертационного исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, представляющих различные направления коммуникативной лингвистики (Н.Д. Арутюнова, М.М. Бахтин, И.Н. Борисова, Т.Г. Винокур, Г.П. Грайс, Т.А. ван Дейк, М.Л. Макаров, О.С.

Иссерс, Дж. Серль, И.А. Стернин, Н.И. Формановская, Л.П. Якубинский и др.).

Научная новизна диссертации определяется следующими факторами:

1) в работе впервые обоснована и применена комплексная методика анализа речевого поведения в терминах коммуникативных стратегий и тактик;

2) предпринято описание основных стратегий и тактик кооперативного и конфликтного речевого поведения участников реалити-шоу;

3) в научный оборот введен новый, ранее не подвергавшийся коммуникативно-прагматическому исследованию речевой материал – текстовые расшифровки видеозаписей реалити-шоу.

Теоретическая значимость работы объясняется ее вкладом в теорию коммуникации: предложена универсальная коммуникативно-прагматическая методика анализа речевого поведения в терминах коммуникативных стратегий и тактик; определено соотношение вербальных (речевой ход, речевой шаг) и когнитивных (коммуникативные стратегия и тактика) единиц описания речевого поведения; выявлены и охарактеризованы типологические признаки коммуникативных стратегий и тактик кооперативного и конфликтного общения.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования его результатов в преподавании курсов и спецкурсов по культуре речи, теории коммуникации и коммуникативной прагматике. Кроме того, полученные выводы могут быть использованы в практике преподавания русского языка как иностранного.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Единицами описания речевого поведения являются речевые поступки. План выражения речевого поступка составляет речевой ход – фрагмент реплики одного коммуниканта. Речевой ход, в свою очередь, представлен в виде речевых шагов – функционально и синтагматически сопряженных элементарных речевых действий с типовой коммуникативной интенцией. Речевые шаги и ходы являются вербально выраженными. План содержания речевого поступка задается коммуникативной тактикой, передающей локальную речевую интенцию и манифестированной данным речевым ходом. Коммуникативные тактики конституируют коммуникативную стратегию – генеральную макроинтенцию, определяющую организацию речевого поведения коммуниканта в соответствии с коммуникативными / некоммуникативными целями говорящего и специфическими условиями общения. Коммуникативные стратегии и тактики соотносятся с когнитивным (ментальным) уровнем организации речевого поведения.

2. Разработанная в диссертации методика анализа речевого поведения заключается в движении от рассмотрения сегментов речевого потока к стратегической реконструкции речевых партий коммуникантов. Первый этап анализа – декодирование тактик, релевантных для речевого поведения говорящих в границах коммуникативного фрагмента –

осуществляется путем исследования манифестирующих коммуникативные тактики речевых ходов. Учитываются языковые и паралингвистические показатели, структурная организация речевой интеракции, выбор темы, составляющей основу речевого хода. Определяется закреплённость тактик за отдельными стратегиями речевого поведения говорящих в данном коммуникативном фрагменте. Второй этап анализа – систематическое описание тактик по признаку их соотнесённости с коммуникативными стратегиями говорящих на протяжении взаимосвязанных коммуникативных фрагментов – включает в себя составление сводного перечня выявленных коммуникативных тактик и осмысление их функциональной близости.

3. Речевое поведение участников реалити-шоу представлено в двух основных разновидностях коммуникации – кооперативной и конфликтной. Для кооперативного речевого поведения участников реалити-шоу релевантными являются стратегии солидаризации, искренности, повышения статуса коммуникативного партнера, создания положительной тональности общения; для конфликтного речевого поведения игроков характерны коммуникативные стратегии доминирования говорящего, понижения статуса коммуникативного партнера, коммуникативного противостояния, создания негативной тональности общения. Универсальной для конфликтного и кооперативного речевого поведения является стратегия самопрезентации. В кооперативном речевом взаимодействии стратегия проявляет себя в тактиках, связанных с принижением самооценки (тактики самокритики, самоумаления и др.); в конфликтном речевом взаимодействии наблюдаются тактики, основанные на гипертрофировании Я-темы и приращении компонента положительной самооценки (тактики демонстрации личного превосходства, утверждения собственной правоты и др.).

4. Коммуникативная ситуация реалити-шоу ориентирует речевое поведение его участников на аудиторию телезрителей; заданная жанром игры установка на соперничество определяет преобладание конфликтного речевого взаимодействия над кооперативным. В ряде случаев коммуникативная ситуация игры проявляет себя и в гармоничном речевом поведении участников реалити-шоу – например, при необходимости заручиться поддержкой союзников для сговора против соперников. Наибольшую продуктивность демонстрируют воспроизводящие ключевую интригу реалити-шоу стратегии самопрезентации (цель – моделирование образа говорящего) и доминирования говорящего (цель – несанкционированное присвоение лидирующей роли). Репрезентация этих стратегий наиболее отчетливо отражает характерную для речевого поведения игроков «двойную адресованность» (коммуникативному партнеру / аудитории телезрителей). Стратегия понижения статуса коммуникативного партнера в условиях игры приобретает смысл дискредитации адресата в глазах зрителей шоу.

5. Описание речевого поведения участников реалити-шоу позволяет типологизировать речевые ходы и коммуникативные тактики. По критерию

конструктивной сложности выявляются простые (в том числе нулевые) и комбинированные речевые ходы. По критерию степени тактической актуализации разграничиваются речевые ходы функционально определенные (характеризующиеся полной тактической атрибуцией) и функционально неопределенные (тактический смысл не декодируется либо декодируется не полностью). Коммуникативные тактики различаются по критерию стратегической закрепленности: выделяются специфические (прикрепленные к определенной стратегии) и неспецифические (не имеющие стратегической закрепленности и получающие её только в прагматическом пространстве конкретной речевой партии) коммуникативные тактики.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования были изложены в докладах на Всероссийских и Международных научных конференциях в Екатеринбурге (2004, 2005, 2006, 2007), Казани (2007), Москве (2006, 2008). Диссертация обсуждалась на кафедре риторики и стилистики русского языка Уральского государственного университета им. А. М. Горького. По теме диссертации опубликовано девять работ, в том числе статья в ведущем рецензируемом журнале, рекомендованном ВАК РФ.

Структура исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** предлагается обоснование актуальности темы, определяются объект, предмет, цели и задачи работы, отмечаются научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования, содержатся сведения об их апробации.

В **первой главе «Речевое поведение как объект коммуникативно-прагматического исследования»** проводится систематизация основных концепций, значимых для коммуникативно-прагматического изучения речевого поведения, отбираются и осмысливаются базовые теоретические понятия, подробно характеризуется коммуникативная ситуация реалити-шоу, обосновывается комплексная методика анализа речевого поведения. Глава состоит из трех параграфов.

В первом параграфе представлена ретроспектива научных работ, связанных с выделением и становлением коммуникативно-прагматического направления в языкознании. Рассматриваются классические труды по теории диалога (Гумбольдт 1985, Соссюр 1956, Потебня 1993, Бенвенист 1974, Щерба 1956, Бахтин 1979, Якобсон 1975, Якубинский 1986), содержащие ключевые для прагматического подхода идеи диалогичности речи, ее процессуальности и социальной обусловленности. Особое внимание уделяется обзору отечественных и зарубежных научных направлений в лингвистике XX века, составивших базу современной прагматической парадигмы – исследований разговорной речи (Земская и др. 1981,

Сиротинина 1983, Лаптева 1976), стратегий понимания связного текста (Дейк, Кинч 1988), речевой деятельности (Леонтьев А.Н. 1975, Леонтьев А.А. 1997, Жинкин 1998, Зимняя 1993, Кубрякова 1991 и др.), речевых актов (Остин 1986, Серль 1986, Стросон 1986, Аллен, Перро 1986), имплицатур (Грайс 1985). Формирование коммуникативной прагматики связывается с переходом от изучения отдельных языковых единиц к более масштабному объекту – речевому поведению, сущностными характеристиками которого являются интенциональность, интерактивность, дискретность и ситуативность.

И н т е н ц и о н а л ь н о с т ь речевого поведения связана с механизмом вербального воплощения замысла говорящего. Действуя как пусковой механизм, направляющий сознание коммуниканта на достижение определенной прагматической цели, интенция заставляет соответственно организовывать речь, обуславливает набор языковых средств. И н т е р а к т и в н о с т ь подразумевает адресованность акта речи и определяет диалогическую природу коммуникативной деятельности. Д и с к р е т н о с т ь означает возможность членения речевого поведения на отдельные единицы. На микроуровне такими единицами являются речевые поступки – адресованные партнеру речевые действия, имеющие форму языкового выражения и несущие межличностно значимый смысл; на макроуровне – коммуникативные фрагменты, характеризующиеся смысловой (тематической), коммуникативно-синтаксической и жанрово-композиционной целостностью. С и т у а т и в н о с т ь определяет зависимость речевого поведения от внешнего контекста общения и описывается через понятие к о м м у н и к а т и в н а я с и т у а ц и я .

Под коммуникативной ситуацией понимаются условия протекания речевого общения в данный момент времени и при данных обстоятельствах (см., например, Борисова 2001; Долинин 2001; Ерофеева 2005; Карасик 1992; Крысин 1989 и др.). На основе модели описания коммуникативной ситуации, предложенной И.Н. Борисовой (Борисова 2001), последовательно характеризуются параметры коммуникативной ситуации выбранных реалити-шоу:

- общение участников реалити-шоу является *неофициальным межличностным* и относится к сфере повседневных бытовых отношений; речевое поведение игроков в обостренной форме отражает модели коммуникации, типичные для естественной речевой среды;
- *способ общения* преобладает непосредственный, устный. Код общения – языковой, паралингвистический;
- речевое поведение игроков реалити-шоу принадлежит *фамильярно-разговорной речевой культуре с включениями элементов просторечной речевой культуры*. Об этом свидетельствует: 1) употребление молодежного жаргона (*гринь, тормознуться, тусовать, реально, наезжать, разводка, гнать* и т.д.); 2) использование сниженной и ненормативной лексики (*на хрена, чмо, урод, просрать, лох, бычара, набухаться, говно, подлятина* и т.д.); 3) смешение книжной и

просторечной лексики (*мы официально переехали в ихнюю комнату*); 4) распространенность в среде участников шоу прозвищ (Аркадий Марьин – *Гоа*, Дмитрий Донсков – *Москва*, Ксения Бородина – *Бородулька* и т.д.); 5) частые нарушения языковых норм: (*другое восприятие ко всему происходящему; я захотела/ пошла в эту дорогу/ захотела/ в ту*);

- статусная организация общения участников реалити-шоу – вертикальная (речевое взаимодействие игроков и организаторов проектов) и горизонтальная (общение участников между собой). Коммуникация, основанная на равенстве статусов говорящих, характеризуется либо непринужденно-личностной мотивацией (сплетни, флирт, ссора, разговор по душам и т.д.), либо социально ритуализованной, этикетной (застольный разговор, поздравление с Днем Рождения, знакомство и т.д.). В общении говорящих с неравными статусами доминирующие позиции занимают организаторы (ведущие) реалити-шоу, при этом их речевое поведение мотивируется либо необходимостью дать задание игрокам / сообщить о результатах выполнения этого задания / сделать замечание игрокам; либо потребностью выяснить личные симпатии и антипатии участников, узнать их мнение по поводу событий, происходящих в пространстве игры;
- количество участников общения в ситуации реалити-шоу варьируется от двух до пятнадцати. При этом фиксируется высокая активность гендерных взаимодействий (среди участников приблизительно равное количество девушек и молодых людей). Профессиональные и семейные роли в большинстве случаев оказываются нейтрализованы.

Коммуникативная ситуация реалити-шоу влияет на разработку «стратегического маршрута» (О.А. Плотникова) речевого взаимодействия участников программ, предопределяет набор коммуникативных тактик и соответствующих им средств языкового выражения.

Второй параграф посвящен рассмотрению речевого поведения в аспекте целеполагания; в фокусе внимания оказываются коммуникативные стратегии и тактики как основные единицы речевого планирования. Обзор исследований, связанных с разработкой терминов *с т р а т е г и я , т а к т и к а* (Дейк, Кинч 1988; Дейк 1989; Богданов 1984; Верещагин и др. 1992; Глаголев 1985; Городецкий 1990; Зернецкий 1988; Койт, Ыйм 1988; Сусов 1989) предшествует сопоставлению современных концепций указанных понятий (Макаров 1995; Рытникова 1996а; Иссерс 1999; Ключев 2002; Третьякова 2002; Матвеева 2003; Токарева 2005; Аристова 2007; Барсукова 2007; Олешков 2007; Плотникова 2007; Фролова 2007; Формановская 2007). Констатируется отсутствие строгого терминологического единства при описании лингвистами коммуникативных стратегий и тактик. Для выявления сходных исследовательских позиций и различий в понимании терминов проводится сводный анализ определений ключевых понятий, в результате чего дефиниции терминов объединяются в две группы. В первой группе оказываются определения, связанные с противопоставлением стратегии как когнитивного образования и тактики как речевого явления. Во вторую

группу входят определения, рассматривающие стратегию и тактику как ментальные сущности – интенции различного коммуникативного масштаба. Дискуссионным, таким образом, оказывается вопрос о том, какому этапу речевой деятельности принадлежит явление коммуникативной тактики – когнитивному или вербальному? Отвечая на этот вопрос, мы обращаемся к психолингвистическим исследованиям (Леонтьев А.Н. 1975; Леонтьев А.А. 1997) и выясняем, что речь, как и любая другая деятельность, в аспекте целеполагания направлена на одновременную реализацию конечной и промежуточных интенций, осуществляемую при помощи конкретных операций. Применимо к процессу коммуникативного взаимодействия это означает, что общая стратегия (генеральная интенция) на промежуточном этапе раскладывается на ряд тактик – локальных интенций, которые, в свою очередь, получают вербальную актуализацию. Однако в рамках лингвистической науки смысловой феномен, находящийся на низшем уровне абстракции – уровне речеоформления, общепринятого термина не получает, именуясь как реплика (Верещагин 1991; Верещагин, Ратмайр, Ройтер 1992; Рытникова 1996), рече-поведенческий акт (Верещагин, Костомаров 2005), речевой шаг (Зернецкий 1988), интерактивный ход (Макаров 2003) и т.д. В рамках диссертации по отношению к указанному понятию применяется термин речевой ход.

Проведенное осмысление теоретической литературы позволяет сформулировать рабочие определения ключевых понятий.

Коммуникативная стратегия – это генеральная макроинтенция, определяющая организацию речевого поведения коммуниканта в соответствии с коммуникативными / некоммуникативными целями говорящего и специфическими условиями общения. Коммуникативную стратегию конституируют коммуникативные тактики.

Коммуникативная тактика – это локальная интенция, задающая актуальный смысл конкретного речевого поступка в разворачивающемся ситуационном, социальном и культурном контексте.

Речевой ход – это характеризующийся определенным способом речевой организации фрагмент реплики одного коммуниканта, посредством которого осуществляется манифестация коммуникативной тактики.

Коммуникативные стратегии и тактики соотносятся с когнитивным (ментальным) уровнем организации речевого поведения; речевые ходы являются вербально выраженными.

В третьем параграфе предложено обоснование методики анализа речевого поведения в терминах коммуникативных стратегий и тактик, включающей в себя два этапа.

Первый этап анализа – декодирование тактик, релевантных для речевого поведения говорящих в границах коммуникативного фрагмента – осуществляется путем исследования манифестирующих коммуникативные тактики речевых ходов. При этом учитывается неэлементарный характер речевого хода: он предстает в виде целевых объединений функционально сопряженных элементарных речевых действий с определенной

коммуникативной интенцией, для наименования которых в диссертации используется термин *речевой шаг*. Именно речевой шаг является минимальной единицей, конституирующей речевые поступки.

Сами по себе речевые шаги представляют собой лишь некие потенции, актуализация которых происходит только при погружении в прагматический контекст. Например, реплика Владимира Сорокина – гостя участников реалити-шоу «За стеклом» ((1) *Так что/ я согласился прийти сюда/ в общем/ потому/ что я/ как бы всю жизнь себя чувствовал/ вот/ неким подопытным кроликом/* (2) *только у меня клетка больше/* (3) *вот эта планета наша/ такая клетка//*) вне контекста представляет собой последовательность трех речевых шагов: сообщение (1), уточнение (2), пояснение (3). В контексте коммуникативного взаимодействия последовательность указанных речевых шагов образует один речевой ход, манифестирующий тактику предложения темы.

Для удобства работы с исследуемым речевым материалом составляется тактическая решетка коммуникативного фрагмента. Решетка тактик представляет собой таблицу; ее графы заполняются вертикально организованными последовательностями реплик коммуникантов. Реплики сопровождаются выводами о содержащихся в них коммуникативных тактиках. Такая форма организации фактического материала позволяет определить границы речевых шагов, образующих речевые ходы. Речевые ходы с точки зрения их конструктивной сложности могут быть двух типов – простыми и комбинированными. Речевой ход, состоящий из нескольких речевых шагов (как в рассмотренной выше реплике В. Сорокина), объединенных функционально и связанных по смыслу, является *комбинированным*. Простой речевой ход состоит из одного речевого шага – в этом случае границы речевого хода и речевого шага совпадают, например:

Владимир Сорокин: А у вас тепло// – тактика позитивной констатации представлена речевым ходом, состоящим из одного речевого шага – сообщения.

Не всегда речевые ходы получают полную тактическую атрибуцию. Если говорящего перебили или отвлекли, речевой ход обрывается; коммуникативная тактика не реализуется или реализуется не полностью, не оказывая влияния на развитие речевого взаимодействия. В подобных случаях мы говорим о *функционально неопределенных* речевых ходах – в отличие от *функционально определенных*, в полной мере манифестирующих коммуникативные тактики. Функционально определенные речевые ходы могут быть и нулевыми, представленными коммуникативно значимым молчанием.

Опознавание тактик проводится с опорой на ряд показателей.

1. Выбор темы, находящейся в основе речевого хода. Пример: речевой ход участника реалити-шоу «За стеклом» Дэна (*Владимир/ а я с Вашим творчеством познакомился здесь...*) манифестирует тактику демонстрации

интереса к коммуникативному партнеру, так как в реплике указывается на факт осведомленности говорящего о характере деятельности собеседника.

2. Паралингвистические (интонационные и кинесические) средства оформления речевого поступка. Примеры: в реплике Семена из реалити-шоу «Дом-2» (*Мне кажется/ Солнце/ тебя уже звездит/ за три года/ и с чего тебя звездит/ я не могу понять...*) о тактике насмешки свидетельствует язвительная интонация; в интеракции участников реалити-шоу «За стеклом» Макса и Марго (Макс: *Мы/ знаете/ как гладиаторы...* – Марго (ЩЕЛКАЕТ ПАЛЬЦАМИ): *Вот это правильно!*) жест Марго манифестирует тактику выражения согласия.

3. Языковые средства разных уровней: морфемные, лексические, морфологические, синтаксические. Примеры: в отношении средств м о р ф е м и к и показательной является часть реплики Надежды из реалити-шоу «Дом-2» (<Сашечка/ ты мой хороший//...). Использование уменьшительно-ласкательного суффикса в обращении маркирует тактику интимизации, нацеленной на демонстрацию особого отношения к коммуникативному партнеру; предпочтение грубо-просторечной л е к с и к и в диалоге участниц «Дом-2» (*пососаться, ни хрена, скотина* и под.) указывает на доверительный, дружеский статус взаимоотношений говорящих, манифестирует тактику выбора общего кода речевого взаимодействия; в реплике Михаила из реалити-шоу «Дом-2» (*Я все сделаю/ чтобы вы не увидели еще поддержки других людей...*) тактика угрозы опознается благодаря м о р ф о л о г и ч е с к и м показателям – глагольным формам будущего времени; в восклицании Жанны («За стеклом») *Ах! Мое сердце!* междометие и с и н т а к с и ч е с к и й фразеологизм свидетельствуют о тактике выражения эмоционального состояния.

4. Структурная организация речевой интеракции. Пример: в диалогическом единстве участниц реалити-шоу «За стеклом» Жанны и Марго (Жанна: *Она не может понять/ что мое счастье зависит только от того ...* → Марго: *Счастлива ли она...*) подхват Маргаритой реплики Жанны указывает на тактику выражения согласия.

Вывод о коммуникативной тактике может складываться на основании одновременно нескольких показателей. Также необходимо принимать во внимание контекст – речевой и ситуативный. Под с и т у а т и в н ы м контекстом понимаются особенности коммуникативной ситуации, определяющей данное речевое взаимодействие; р е ч е в о й к о н т е к с т характеризует речевое окружение рассматриваемого речевого хода в речевой партии говорящего и его соотношение с речевыми ходами коммуникативного партнера.

Далее проводится реконструкция стратегического плана речевых партий коммуникантов: выясняется закреплённость зафиксированных коммуникативных тактик за отдельными стратегиями речевого поведения говорящих в границах данного коммуникативного фрагмента. Соотношение стратегии и тактики может быть уточнено с помощью с м ы с л о в о г о и н в а р и а н т а коммуникативной тактики. Если смысловой инвариант

тактики обозначить как Y, а цель стратегии как X, можно отразить отношения коммуникативной тактики и коммуникативной стратегии следующим образом:

Я говорю Y, для того, чтобы достичь X.

Например: Я говорю тебе (необязательно искренне) нечто хорошее о тебе (смысловой инвариант тактики комплимента), чтобы тебе стало приятно (стратегия повышения статуса коммуникативного партнера).

Тактики, способствующие достижению сходных целей, объединяются в группы. В результате этой процедуры определяется конституируемая данными тактиками стратегия: так, стратегию понижения статуса коммуникативного партнера образуют тактики с инвариантным тактическим смыслом негативной оценки личности и действий адресанта – оскорбления, обвинения, разоблачения, упрека, и т.д. В подобных случаях тактики представлены в речевой партии коммуниканта в виде линейной контактной или дистантной последовательности речевых ходов. Кроме того, на этом этапе анализа речевого поведения мы выявляем второстепенные стратегии – об их наличии сигнализирует появление точечных, в том числе единичных, тактик. Например, в ситуации конфликтного речевого взаимодействия мы можем наблюдать точно представленную (единственной тактикой) стратегию гармонизации общения.

Первый этап описания речевого поведения, проведенный в соответствии с данной методикой, является синтагматическим. На втором этапе полученные в результате синтагматического анализа данные подвергаются парадигматическому осмыслению. Осуществляется систематическое описание тактик по признаку их соотнесенности с коммуникативными стратегиями говорящих на протяжении взаимосвязанных коммуникативных фрагментов.

Таким образом, разработанная в диссертации методика анализа речевого поведения заключается в движении от рассмотрения сегментов речевого потока к стратегической реконструкции речевых партий коммуникантов. Практическое приложение методики получает в рамках второй и третьей глав диссертации, посвященных описанию двух основных разновидностей коммуникации участников реалити-шоу – конфликтной и кооперативной.

Во второй главе «Стратегии и тактики кооперативного речевого поведения участников реалити-шоу» осуществляется коммуникативно-прагматическое исследование гармоничного взаимодействия игроков в синтагматическом и парадигматическом аспектах.

В первом параграфе предпринимается краткий обзор научных работ, посвященных изучению кооперативного общения (Грайс 1985; Винокур 2007; Иссерс 2000; Матвеева 2000; Рытникова 1996; Стернин 1995; Формановская 2003; Ширяев 1996 и др.). Обозначается противопоставление двух типов гармоничной коммуникации – неформально-личностной и конвенциональной; характеризуются их основные признаки.

Во втором параграфе выявляются коммуникативные стратегии и тактики, релевантные для кооперативного общения обеих разновидностей. Исследование проводится на материале фрагментов гармоничного взаимодействия участников реалити-шоу: рассматриваются образцы разговора по душам, застольной беседы, флирта, сплетничанья; также описывается речевое поведение игроков в ситуации самопредставления. Коммуникативно-прагматическая интерпретация кооперативного общения дополняется комментариями культурологического плана.

Разговор по душам участниц реалити-шоу «За стеклом» Марго и Жанны разворачивается в тональности искренности, задушевности. В его основе находится совместная разработка говорящими стереотипного представления «взрослые дети должны помогать родителям» (*Марго: У меня мама знаешь что делает/ пока я здесь живу/ она там работает/ причем знаешь/ там листовки раздает/ и вот тысяча [тыща] получается/ и она мне высылает/ и она мне звонит/ я говорю/ у меня все нормально/ а она мне постоянно высылает деньги/ и я не могу/ я просто рыдаю/ нет чтобы ей помогать/ наоборот/ она продавала последнее/ шубу/ она вообще все продавала/ лишь бы мне помочь/ стыдно вообще!*). Диалог девушек ведется в рамках соответствующего культурного сценария, который предполагает взаимную откровенность коммуникантов и демонстрацию поддержки собеседника. Закономерным является набор стратегий и тактик, отмеченных в речевых партиях говорящих: тактики признания, выражения намерения, рассказывания формируют стратегию искренности; тактики выражения согласия, запроса эмоциональной поддержки, присоединения к мнению коммуникативного партнера конституируют стратегию солидаризации. Важно отметить, что речевые партии коммуникантов содержат сходные последовательности тактик. Подобное «созвучие» интенций является типичным коммуникантов для гармоничного речевого взаимодействия.

Стратегии и тактики, характерные для разговора по душам, наблюдаются и в ситуации сплетничанья. Наиболее продуктивной, как показало исследование диалога участниц шоу «Дом-2» Насти и Нади, является тактика создания Мы-общности: осуждение третьего лица в его отсутствие маркирует особую близость говорящих, высокую степень взаимного доверия.

Полилог участников реалити-шоу «За стеклом» и писателя Владимира Сорокина происходит в ситуации застолья. В речевых партиях игроков, оказавшихся в роли хозяев, фиксируются заданные нормами этикета тактики приглашения (*Марго: Пойдемте с нами!*), комментария к текущей ситуации общения (*Марго (ПОКАЗЫВАЕТ): Здесь наш тренажерный зал/*), предложения помощи (*Макс: Давайте/ я у вас это отберу...*), предложения и продолжения тоста (*Дэн (ПОДНИМАЕТ БОКАЛ): За познание чего-то нового!*), предложения и развития темы, относящейся к экспертной зоне коммуникативного партнера (*Дэн.: Владимир/ а я с вашим творчеством познакомился здесь...*); прослеживаются стратегии повышения статуса коммуникативного партнера и солидаризации. Роль коммуникативного

лидера в полилоге принадлежит Владимиру Сорокину: в его речевой партии содержится более 50% от общего количества тактик. Он распоряжается правом направлять разговор, задавать вопросы (*Ну/ как вообще/ себя чувствуете-то?* – тактика общего этикетного вопроса; *Ну/ что ж/ это/ как тост можно/ давай/ двигай/ за человека//* – тактика предложения тоста), использует по отношению к собеседникам Ты-форму обращения, не ограничен в тематическом и лексическом выборе.

Осуществляется сопоставительный анализ фрагментов самопредставления участников реалити-шоу «Большой Брат». Согласно сценарию шоу, каждому участнику нужно было рассказать о себе, делая особый акцент на личных преимуществах. Самопредставление игроков проводилось в двух вариантах: а) подготовленный заранее и смонтированный видеоролик; б) выступление перед другими участниками. Нами отмечается отчетливая модификация самопредставления при изменении параметров коммуникативной ситуации. Рассказ о своих достоинствах в подготовленном видеовыступлении в условиях непосредственного коммуникативного взаимодействия сменяется перечислением автобиографических данных. Одна и та же информация в разных контекстах приобретает различное смысловое наполнение; эффект оригинальности в ситуации, связанной с преподнесением себя перед другими участниками, оказывается невостребованным. Сравним, например, реплики Ванессы Ли: *Я непостоянна/ как стрелка спидометра* (видеоролик) → *Меня зовут Ванесса Ли// Я с города Хабаровска// Не работаю/ отучилась уже* (перед другими участниками). Лексическая единица «отучилась», употребленная вместо «закончила учебное заведение», а также факт просторечного управления (*с города Хабаровска*) создают впечатление некоторой наигранности с целью продемонстрировать позицию: «Я простая, обычная девушка, ничем не примечательна, живу как все». Зафиксированная трансформация объясняется необходимой в ситуации личного знакомства задачей создания доброжелательной атмосферы, основанной на Мы-позиции. Именно поэтому Я-тема в речевых партиях говорящих оказывается свернутой практически до минимума, в речевом поведении игроков разрабатывается микророль «простой человек» (Иссерс 1999).

Флиртовый диалог участников реалити-шоу «За стеклом» Дэна и Жанны отличается шутливой тональностью. Разрабатывается как будто - содержание: говорящие разыгрывают роли влюбленных, обмениваясь тактиками намека и откровенного признания (*Дэн: А как ты рассматриваешь/ если такой человек/ как я/ сможет тебя полюбить?* → *Жанна: Да мне просто ничего не надо будет!*). Притворство, наигранность речевого поведения коммуникантов маркируется невербальными сигналами и просодией (например: *ХВАТАЕТСЯ ЗА СЕРДЦЕ, ПОДМИГИВАЕТ, СМЕЕТСЯ*). Стратегии и тактики в интеракции говорящих направлены на достижение удовольствия от происходящего: этот принцип можно передать формулой ‘чем убедительнее, тем веселее’.

Список тактик, выявленных в ходе фронтального описания кооперативного речевого взаимодействия, составил 62 наименования (включая «ноль-тактику»). Парадигматическое осмысление зафиксированных тактик осуществляется в рамках третьего параграфа, цель которого – сводная характеристика коммуникативных стратегий, релевантных для гармоничного речевого поведения.

1. Стратегия солидаризации направлена на демонстрацию близости, общности, единодушия с коммуникативным партнером. Репертуар стратегии составляют тактики выражения согласия, присоединения к мнению коммуникативного партнера, создания Мы-общности, демонстрации готовности к сотрудничеству, призыва к совместному действию, совета, уверения, выбора общего кода общения, интимизации (сокращения коммуникативной и физической дистанции), утешения, эмоциональной поддержки.
2. Стратегия искренности направлена на демонстрацию особого, доверительного, статуса межличностных отношений коммуникантов. Репертуар стратегии составляют тактики признания, выражения эмоционального состояния, выражения намерения, обещания, самокритики, призыва к откровенности.
3. Стратегия повышения статуса коммуникативного партнера направлена на самокоррекцию Я-темы в пользу речевого «Я» собеседника. Репертуар стратегии составляют тактики выражения заинтересованности содержанием речи коммуникативного партнера, предложения / развития темы, относящейся к экспертной зоне коммуникативного партнера, похвалы, гиперболизации эмоциональной реакции (преимущественно позитивной), комплимента.

Особое место в прагматической структуре кооперативного общения занимает стратегия создания положительной тональности общения (тактики выражения положительного эмоционального состояния, шуток, позитивной констатации): ее поддерживают тактики-репрезентанты всех гармоничных стратегий. В речевом поведении игроков мы зафиксировали также появление универсальной стратегии самопрезентации, связанной с моделированием образа говорящего. Репертуар данной стратегии обоснован социальной нормой: активная самоподача и положительная самооценка в гармоничном общении являются нежелательными с точки зрения отечественной культуры; социально приемлемой оказывается самопрезентация, основанная на идее «самоуничижительной вежливости» (Ратмайр 1998).

Отметим, что каждая тактика в данном параграфе получает подробную характеристику, включающую формулировку смыслового инварианта и перечисление способов предъявления тактического смысла, сопровождается речевой иллюстрацией. Например, инвариант тактики выражения согласия – «я согласен с тобой, ты прав»; среди способов предъявления тактического смысла называются тематический / лексический повтор, подхват-

продолжение реплики собеседника, лексические маркеры *да, конечно, безусловно* и др.

В третьей главе «Стратегии и тактики конфликтного речевого поведения участников реалити-шоу» осуществляется коммуникативно-прагматическое исследование дисгармоничного взаимодействия игроков в синтагматическом и парадигматическом аспектах.

Практическому анализу речевого материала предпосылается небольшой теоретический очерк (первый параграф), в рамках которого с опорой на исследования ученых (И.Н. Борисова, Т.А. Воронцова, Н.В. Гришина, А. Г. Здравомыслов, Н. В. Колокольцева, К.Ф. Седов, В.С. Третьякова, И.В. Шалина) уточняется специфика дисгармоничной коммуникации.

Во втором параграфе осуществляется синтагматическое описание образцов конфликтного общения участников реалити-шоу. Рассматриваются диалоги и полилоги, характеризующиеся различной – полемичной и конфликтной – степенью коммуникативной координации речевого поведения (термин И.Н. Борисовой). Цель исследования на данном этапе – получение сведений о релевантных для дисгармоничного речевого взаимодействия коммуникативных стратегиях и тактиках.

Ситуация соперничества, составляющая основу реалити-шоу, предопределяет деструктивное развитие межличностной коммуникации игроков. Претензии, подозрения, угрозы обретают вербальное воплощение, игроки стремятся дискредитировать друг друга в глазах телевизионной аудитории и захватить лидерские позиции. Высокую активность демонстрируют тактики обвинения и насмешки (Семен из реалити-шоу «Дом-2»: *Солнце/ тебя уже звездит/ за три года/ и с чего тебя звездит/ я не могу понять...*), обличения (Макс из реалити-шоу «За стеклом»: *А ты про что [чо] сейчас [щас] говорила! Тоже/ про деньги! Что [чо] ты сама себе противоречишь!*), оскорбления (Дэн из реалити-шоу «За стеклом»: *Макс/ ты ведешь уже себя просто как Жанна!*), нападки (Дэн из реалити-шоу «За стеклом»: *Если б я сказал/ что продаю за эту цену свой голос/ (КРИЧИТ) вот тогда ты бы мне предъявил/ и я б тогда сказал/ да/ я лох/ я продался! В чем дело/ я не понял! Какие проблемы-то?*). Разнообразно представлены тактики, основанные на гипертрофированной репрезентации Я-темы: тактики демонстрации личного превосходства, демонстрации собственной правоты, самохарактеризации и др. Отметим, что положительная самооценка обычно соотносится с действующим в обществе нравственным кодексом. Так, например, в реплике Жанны из реалити-шоу «За стеклом» находит отражение традиционный в отечественной культуре запрет на разговоры о прибыли, деньгах (*Я теперь могу смотреть в лицо своей матери! Душой/ непродажной!* (УХОДИТ; ОБОРАЧИВАЕТСЯ) *Просто вы сидите и говорите про деньги!*). Анализируя этот фрагмент диалога, можно отметить закономерное для конфликтного общения противопоставление *своего* и *чужого* коммуникативных пространств. При этом Я-тема сопровождается

позитивными оценками (*У меня душа непродажная*), а Ты-тема, соответственно, негативными (*Вы же думаете только о деньгах*).

Для конфликтного общения характерна модель зеркального развития речевого взаимодействия, предполагающая возврат тактики оппонента. Реплики коммуникантов при этом дублируют друг друга, смысловые приращения оказываются предельно минимизированными. Показательной в этом плане является интеракция участников реалити-шоу «За стеклом» Макса и Дэна (*Дэн: Я не сказал да// → Макс: Ты сказал да// я встал начал одеваться → Дэн: Ты что [чо] гонишь! → Макс: Ты что [чо] гонишь/ я тебе говорю/ как было!*), в рамках которой мы наблюдаем обмен тактиками выражения несогласия.

В некоторых случаях фиксируются попытки нейтрализации очагов коммуникативной напряженности. Фактором сдерживания могут являться условия, в которых протекает общение: так, культурный сценарий праздничного застолья предписывает кооперативное поведение говорящих. Однако в этой ситуации, как показывает речевой материал, наблюдается активизация косвенных тактик: намеки, оскорбления, обвинения и другие деструктивные тактики «маскируются» под нейтральные и даже гармоничные речевые действия. Например, реплика Жанны из реалити-шоу «За стеклом», произнесенная в ситуации торжественного обеда участников игры (*Осталось две недели// давайте постараемся по максимуму не наезжать друг на друга и не обижаться//*) оформлена как тактика предложения совместных действий, но косвенно манифестирует тактику обвинения коммуникативных партнеров. Конфликтогенное содержание высказывания усиливается в следующей реплике говорящей (*Дело в том/ что кто-то из нас нацелен/ чтобы всех тут нас разругать//*), завуалированно манифестирующей тактику обличения (речь идет о ком-то, находящемся за столом). Закономерной при этом выглядит реакция Дэна (*А можно открыто обо всем поговорить?*) – мы фиксируем тактику призыва к откровенности. Именно контекст речевой партии коммуникативного партнера позволяет декодировать скрытый смысл косвенных тактик.

В конфликтных коммуникативных фрагментах отмечаются единичные гармонизирующие тактики призыва к примирению, отрицания вины, оправдания, уступки. Также для налаживания конструктивного общения применяются тактики-репрезентанты кооперативных стратегий солидаризации, повышения статуса коммуникативного партнера и др. Рассмотрим в качестве примера интеракцию участников реалити-шоу «За стеклом» Макса и Марго:

Марго: А в принципе она ведь так никогда не одевается//

Макс: Кто?

Марго: Ольга...

Макс: Да что я красоты уже не могу заметить!

Марго: А я что [чо]?

Макс: Сразу какая-то ревность/ сразу какие-то реакции непонятные...

Марго: Да ладно/ она вообще классная/ я так по Оле соскучилась!

Марго использует гармонирующие тактики отрицания вины (*А я что [чо]?*) и призыва к примирению (*Да ладно*), а также выступающие в роли гармонирующих тактики похвалы (*она вообще классная*) и выражения положительного эмоционального состояния (*я так по Оле соскучилась!*).

В рассмотренных нами дисгармоничных диалогах и полилогах гармонирующая стратегия является второстепенной. Квалификация стратегии как в т о р о с т е п е н н о й проводится на основе двух показателей: во-первых, ее конституируют единичные (в том числе точечные) тактики; во-вторых, такая стратегия не отвечает общему «стратегическому рисунку» данного речевого взаимодействия. Д о м и н и р у ю щ и е стратегии речевого поведения характеризуются количественным превосходством по признаку тактической репрезентации, чаще всего формируются посредством линейной последовательности коммуникативных тактик и применяются говорящим «комплексно», усиливая и взаимодополняя друг друга.

В третьем параграфе проводится парадигматическое описание конфликтных стратегий и тактик, выявленных в результате исследования дисгармоничных коммуникативных фрагментов.

1. Стратегия понижения статуса коммуникативного партнера направлена на создание негативной концепции личности собеседника. Репертуар стратегии составляют тактики обвинения, осуждения, обличения, оскорбления, укора, упрека, насмешки.
2. Стратегия доминирования говорящего направлена на несанкционированное присвоение коммуникантом лидирующей роли (социальной, коммуникативной). Репертуар стратегии составляют тактики демонстрации равнодушия, презрения, приказа, угрозы, игнорирования слов коммуникативного партнера, запроса возражений, замечания, разрыва контакта.
3. Стратегия коммуникативного противостояния направлена на противопоставление своего и чужого коммуникативных пространств. Репертуар стратегии составляют тактики выражения несогласия, выражения неприятия слов коммуникативного партнера, выражения неприятия речевой манеры собеседника, дистанцирования, выбора контрастного кода общения.

При исследовании кооперативного и конфликтного речевого взаимодействия игроков реалити-шоу нами были сделаны некоторые наблюдения, позволяющие произвести типологическое осмысление зафиксированных коммуникативных тактик.

По признаку стратегической закреплённости разграничиваются специфические тактики, предназначенные для репрезентации конкретной стратегии, и неспецифические тактики, которые вне контекста не имеют стратегической закреплённости и получают таковую, лишь оказавшись в «прагматическом пространстве» общения.

Неспецифические тактики были распределены нами в две основные группы: группу этикетных тактик, связанных с организацией

социального взаимодействия, и группу тактик, связанных с организацией речевого взаимодействия (монологического и диалогического).

Этикетные тактики (тактики угощения, приглашения к столу, этикетного вопроса, этикетного ответа, предложения тоста, комментария при вручении подарка, ответа на благодарность и др.) в первую очередь связаны с обслуживанием конвенциональных ситуаций общения, однако могут обретать в речевом поведении дополнительные стратегические эффекты самопрезентации, повышения статуса коммуникативного партнера и др. В ситуациях дисгармонии этикетные тактики часто обретают конфликтогенный потенциал, встраиваясь в стратегии коммуникативного противостояния, доминирования, понижения статуса коммуникативного партнера; при этом они получают соответствующее невербальное оформление (язвительная интонация, использование мимики и т.д.).

Монологические тактики манифестируются в речевом поведении в виде «минимонологов» (Сиротинина 2003) определенных функционально-смысловых разновидностей: повествование, описание, рассуждение, репродуктив. Соответственно, к монологическим тактикам относятся тактики рассказывания, описывания, доказательства, репродуцирования (Борисова 2001). Монологические тактики и в кооперативном, и в конфликтном речевом поведении обладают способностью встраиваться в различные стратегические линии. Так, например, тактика репродуцирования своей или чужой речи может репрезентировать и стратегию самопрезентации, и стратегию понижения статуса коммуникативного партнера, и стратегию доминирования.

Диалоговые тактики (тактики-речевые придержки, тактики-речевые поддержки, тактики мены речевого хода, тактики перебива и т.д.) связаны с техникой ведения речевого взаимодействия. Как и другие неспецифические тактики, они обладают способностью приобретать в контексте различные стратегические смыслы. Например, диалоговая тактика перебива может быть и конфликтной, и кооперативной. Так, в интеракции участников реалити-шоу «За стеклом» (Дэн: *Я уверен/ что/ выйдя отсюда/ он это поймет/ сейчас да/ у него идет реакция/ и это так и должно быть/ это нормальная реакция нормального человека...* → Макс (ПЕРЕБИВАЕТ): *Я готов запросто встретиться с ним//*) указанная тактика свидетельствует о стратегии солидаризации.

Специфические тактики в речевом взаимодействии характеризуются признаком полифункциональности – способностью поддерживать одновременно несколько стратегий, взаимодополняющих и усиливающих друг друга. Например, тактики признания в случае взаимной откровенности коммуникантов одновременно конституируют стратегии искренности и солидаризации. Коммуникативные стратегии при этом характеризуются встроенностью в различные «векторы общения», которые могут быть соотнесены с основными компонентами акта речи (по Р. Якобсону). Стратегия самопрезентации и стратегия доминирования говорящего связаны с формированием образа адресанта; стратегии понижения / повышения

статуса коммуникативного партнера направлены на конструирование концепции адресата; стратегии искренности и создания позитивной / негативной тональности общения определяют соответствующий код речевого взаимодействия; стратегии солидаризации и коммуникативного противостояния отражают соотношение своего и чужого в прагматическом пространстве интеракции.

Однотипные стратегии, принадлежащие кооперативному и конфликтному общению, могут быть расценены как симметричные, зеркальные, что в некоторых случаях отражается в их наименованиях (ср.: стратегия понижения статуса коммуникативного партнера и стратегия повышения статуса коммуникативного партнера). Тактики-репрезентанты зеркальных стратегий также характеризуются симметричностью (так, в репертуар стратегий коммуникативного противостояния (цель – противопоставление своего и чужого коммуникативных пространств) и солидаризации (цель – демонстрация близости, общности, единомыслия с коммуникативным партнером) включаются, соответственно, тактики выражения несогласия и выражения согласия, тактики выбора контрастного кода общения и выбора общего кода общения, тактики дистанцирования и создания Мы/ Они общности. Наблюдение, связанное с симметричностью конфликтных и кооперативных стратегий и тактик, позволяет в некоторых случаях прогнозировать появление в речевом поведении стратегий и тактик, антонимичных зафиксированным ранее (ср.: стратегия повышения статуса коммуникативного партнера и стратегия понижения статуса коммуникативного партнера; тактика экспликации положительного эмоционального состояния и тактика экспликации негативного эмоционального состояния и т.д.).

Наибольшую продуктивность в связи с коммуникативной ситуацией реалити-шоу демонстрируют стратегии самопрезентации и доминирования говорящего, соответствующие ключевой интриге игры. Репрезентация этих стратегий наиболее отчетливо отражает «двойную адресованность», характеризующую речевое поведение игроков. Следует сказать и о стратегии понижения статуса коммуникативного партнера, приобретающей в условиях игры смысл дискредитации адресата в глазах зрительской аудитории.

В **заключении** обобщаются основные результаты проведенного исследования.

Основное содержание диссертации отражено в следующих **публикациях**:

Статья, опубликованная в ведущем рецензируемом научном журнале, определенном ВАК РФ

1. Реалити-шоу: деструктивизм речевого поведения// Известия Урал. гос. ун-та. 2008 г. № 55. Сер. 2, Гуманитарные науки. Вып. 15. С. 279–285. (0,5 п.л.).

Другие публикации

2. Статусно-ролевые грани языковой личности в ситуации делового общения (на материале реалити-шоу «Русское чудо»)// Образ человека и человеческий фактор в языке: словарь, грамматика, текст: Материалы расширенного заседания теоретического семинара «Русский глагол», 29 сент. – 1 окт. 2004 г. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. С. 132–134.

3. Некорректное речевое поведение в ситуациях делового общения// LINGUISTICA JUVENIS: сборник научных трудов молодых ученых. Выпуск 5. Дискурс и текст. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2005. С. 165–173.

4. Конфликтное взаимодействие участников реалити-шоу «За стеклом»// Человек в мире культуры. Материалы научной конференции молодых ученых. 28 октября 2005 г. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2005. С. 37–38.

5. Лингвопрагматическая интерпретация коммуникативного поведения участников реалити-шоу «За стеклом»// Журналистика в 2005 году: трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Материалы научно-практической конференции. Москва, 31 января – 4 февраля 2006 г. Москва: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2006. С. 465–466.

6. Конфликт как основная форма диалогового взаимодействия участников реалити-шоу// Речевые конфликты и проблемы современной языковой политики. Всероссийская научная конференция. Тезисы докладов. Екатеринбург: Уральский государственный университет, 2006. С. 34–36.

7. Реалити-шоу: опасный эксперимент?// Информационное поле современной России: практики и эффекты. Материалы Всероссийской научно-практической конференции 19–20 октября 2007 г. Казань: Изд-во Казанского государственного университета, 2007. С. 167–173.

8. Новые сценарии культурного поведения в современном молодежном дискурсе// Взаимодействие национальных художественных культур: литература и лингвистика (проблемы изучения и обучения): материалы XIII научно-практической конференции словесников. Екатеринбург, 23–24 октября 2007 г. Екатеринбург: УрО РАО; РОПРЯЛ; ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», ИФИОС «Словесник»; УрМИОН УрГУ; МНИЦ «Европейский проект» БГПУ, 2007. С. 157–159.

9. Дискурс участников реалити-шоу: аксиологическая трансформация// Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й Международной конференции (Москва, филологический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 14–16 февраля 2008 г.). М.: МАКС Пресс, 2008. С. 108–111.